



**PENGARUH PERSEPSI LABEL HALAL, KEPERCAYAAN,  
GAYA HIDUP, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *FRESHCARE* DI KUDUS**

Oleh :

**MUHAMMAD SYAFI'UL HADI**

**2014-11-315**

**PROGRAM STUDI MANAJEMAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2019**



**PENGARUH PERSEPSI LABEL HALAL, KEPERCAYAAN,  
GAYA HIDUP, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *FRESHCARE* DI KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus

Oleh :

**MUHAMMAD SYAFI'UL HADI**

**2014-11-315**

**PROGRAM STUDI MANAJEMAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2019**

**PENGARUH PERSEPSI LABEL HALAL, KEPERCAYAAN,  
GAYA HIDUP, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *FRESHCARE* DI KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

2019

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I



**Dina Lusianti, SE. MM. AAK**  
NIDN. 0630098401



**Sutono, SE., MM, Ph, D**  
NIDN. 0626017003

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



**Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM**  
NIDN. 0618066201



**Nurul Rizka Arumsari, SE., MM**  
NIDN. 0628048702

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto :

*Tidaklah ada pemberian dari orang tua kepada anaknya yang lebih utama daripada budi pekerti yang baik*

*(H.R. Tirmidzi)*

*“Shalat itu adalah tiang agama, shalat itu adalah kunci segala kebaikan”.*

*(H.R. Tablani)*

*“Allah mencintai orang yang bekerja apabila bekerja maka ia selalu memperbaiki prestasi kerja”.*

*(H.R. Tabrani)*

### Persembahan :

Penulis persembahkan Skripsi ini kepada:

1. Orang tuaku tercinta yang selalu menjadi guru, sahabat dan penopang lewat do'a dan kasih sayang
2. Adik dan kakak ku tercinta
3. Teman dekat yang selalu dihati
4. Saudara – saudaraku
5. Sahabat – sahabatku
6. Rekan Kerjaku
7. Almamaterku UMK

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI LABEL HALAL, KEPERCAYAAN, GAYA HIDUP, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FRESHCARE DI KUDUS”**. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan studi program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis akan menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Suparno, SH, M.S selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Dina Lusianti, SE. MM. AAK selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.
4. Bapak Sutono, SE., MM, Ph, D selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan, arahan maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
5. Ibu Nurul Rizka Arumsari, SE., MM selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan, arahan maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, terkhusus Jurusan Manajemen Universitas Muria Kudus atas segala ilmu yang telah diberikan.
7. Kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat saya sampaikan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis sadar dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat serta menambah pengetahuan bagi pembaca maupun pihak yang berkepentingan.

Kudus, 2019

**Muhammad Syafi'ul Hadi**  
2014-11-315



**PENGARUH PERSEPSI LABEL HALAL, KEPERCAYAAN, GAYA  
HIDUP, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
FRESHCARE DI KUDUS**

**Oleh:  
MUHAMMAD SYAFT'UL HADI  
2014-11-315**

Dosen Pembimbing : 1. Sutono, SE., MM, Ph, D  
2. Nurul Rizka Arumsari, SE., MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMAN**

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi label halal, kepercayaan, gaya hidup, dan harga terhadap keputusan pembelian Freshcare di Kudus, dimana diajukan empat variabel bebas/*independen* dan satu variabel terikat/*dependen*. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner terhadap konsumen Freshcare di Kudus dengan jumlah responden sebanyak 384. Tahap pertama ialah menguji validitas dan reliabilitas pertanyaan setiap variabel. Selanjutnya meregresi variabel persepsi label halal, kepercayaan, gaya hidup, dan harga terhadap keputusan pembelian Freshcare di Kudus.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel bebas dalam penelitian terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian baik melalui uji t (parsial) maupun uji F (berganda). Serta variabel persepsi label halal, kepercayaan, gaya hidup, dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 57%. Berdasarkan penelitian ini peneliti menyarankan untuk lebih meningkatkan promosi guna meningkatkan kesadaran konsumen bahwa produk Freshcare merupakan produk yang memenuhi gaya hidup modern, serta harga produk ditinjau ulang karena semakin banyaknya produk sejenis dan konsumen yang semakin cerdas sehingga mereka akan memilih produk dengan harga paling rendah tetapi dengan manfaat sejenis.

**Kata Kunci: Persepsi Label Halal, Kepercayaan, Gaya Hidup, Harga dan Keputusan Pembelian**

**THE EFFECT OF THE PERCEPTION OF HALAL, TRUST, LIFESTYLE,  
AND PRICES ON FRESHCARE PURCHASE DECISIONS IN KUDUS**

**By:**  
**MUHAMMAD SYAFI'UL HADI**  
**2014-11-315**

*Advisor :* 1. Sutono, SE., MM, Ph, D  
2. Nurul Rizka Arumsari, SE., MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**  
**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY**  
**PROGRAMS**

**ABSTRACT**

*This study discusses the influence of perceptions of halal, trust, lifestyle, and price labels on Freshcare purchasing decisions in Kudus, where four independent variables and one dependent variable are requested. This research was conducted by questionnaire method on Freshcare consumers in Kudus with 384 respondents. The first stage is the question of the validity and reliability of the questions for each variable. Furthermore, it regresses the perception variables of halal, trust, lifestyle, and price labels on Freshcare purchasing decisions in Kudus.*

*The results showed that all independent variables in the study proved positive and significant for purchasing decisions through either  $t$  (partial) or  $F$  (multiple) tests. As well as the perception variables of halal, trust, lifestyle, and price labels have an influence on purchasing decisions by 57%. Based on this research, research that discusses the promotion to increase consumer awareness about Freshcare products is a product that meets modern lifestyles, and also the price of products that are reviewed increases the number of diverse products and consumers who are increasingly smart so that they will choose the lowest priced products. with similar benefits.*

**Keywords:** *Perception of Halal Labels, Trust, Lifestyle, Prices and Purchasing Decisions*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup.....	5
1.3. Perumusan Masalah .....	6
1.4. Tujuan Penelitian .....	7
1.5. Manfaat Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Keputusan Pembelian.....	9
2.1.1. Pengertian Keputusan pembelian .....	9
2.1.2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	9
2.1.3. Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian.....	12
2.1.4. Indikator Keputusan Pembelian.....	15
2.2. Persepsi Label Halal.....	15
2.2.1. Pengertian Persepsi.....	15
2.2.2. Pengertian Label .....	16
2.2.3. Label Halal .....	16



	<b>Halaman</b>
2.2.4. Indikator Persepsi Label Halal .....	17
2.3. Kepercayaan .....	18
2.3.1. Pengertian Kepercayaan .....	18
2.3.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan .....	19
2.3.3. Indikator Kepercayaan.....	20
2.4. Gaya Hidup .....	21
2.4.1. Pengertian Gaya Hidup.....	21
2.4.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup .....	22
2.4.3. Indikator Gaya Hidup .....	23
2.5. Harga.....	24
2.5.1. Pengertian Harga.....	24
2.5.2. Tujuan Penetapan Harga .....	25
2.5.3. Indikator Harga .....	26
2.6. Hubungan Antar Variabel .....	27
2.6.1. Pengaruh persepsi label halal terhadap keputusan pembelian	27
2.6.2. Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian.....	28
2.6.3. Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian .....	29
2.6.4. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian .....	29
2.7. Penelitian Terdahulu .....	30
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	33
2.9. Hipotesis.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
3.1. Rancangan Penelitian .....	36
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	37
3.2.1. Macam Variabel.....	37
3.2.2. Definisi Operasional Variabel .....	37

	<b>Halaman</b>
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	40
3.3.1. Jenis data.....	40
3.3.2. Sumber data .....	40
3.4. Populasi dan Sampel .....	41
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.6. Pengolahan Data .....	42
3.7. Uji Instrumen Data .....	44
3.7.1. Uji Validitas .....	44
3.7.2. Uji Reliabilitas .....	46
3.8. Analisis Data .....	47
3.8.1. Analisis Deskriptif .....	47
3.8.2. Analisis Kuantitatif .....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	52
4.1.1. Profil Freshcare .....	52
4.2. Penyajian Data .....	53
4.2.1. Data Identitas Responden.....	53
4.2.1.1. Jenis Kelamin Responden.....	53
4.2.1.2. Pendidikan Terakhir Responden.....	54
4.2.1.3. Usia Responden .....	54
4.2.2. Data Variabel.....	55
4.2.2.1. Variabel Persepsi Label Halal .....	55
4.2.2.2. Variabel Kepercayaan .....	56
4.2.2.3. Variabel Gaya Hidup.....	56
4.2.2.4. Variabel Harga.....	57
4.2.2.5. Variabel Keputusan Pembelian .....	58

	<b>Halaman</b>
4.3. Analisis Data .....	59
4.3.1. Analisis Regresi.....	59
4.3.2. Uji Hipotesis .....	61
4.3.3.1. Uji t .....	61
4.3.3.2. Uji F .....	65
4.3.3.3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	67
4.4. Pembahasan.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1. Kesimpulan .....	73
5.2. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA .....	75
LAMPIRAN.....	78



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Data Penjualan produk FreshCare.....	4
3.1. Jumlah Sampel per Kecamatan di Kabupaten Kudus .....	42
3.2. Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi Label Halal .....	44
3.3. Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan .....	45
3.4. Hasil Pengujian Validitas Variabel Gaya Hidup.....	45
3.5. Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga .....	45
3.6. Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	46
3.7. Hasil Pengujian Reliabilitas .....	47
4.1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.2. Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	54
4.3. Identitas Responden Berdasarkan Usia .....	54
4.4. Frekuensi Variabel Persepsi Label Halal .....	55
4.5. Frekuensi Variabel Kepercayaan .....	56
4.6. Frekuensi Variabel Gaya Hidup.....	57
4.7. Frekuensi Variabel Harga .....	57
4.8. Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian .....	58
4.9. Hasil Analisis Regresi .....	59
4.10. Hasil Analisis Parsial .....	61
4.11. Hasil Pengujian Berganda .....	65
4.12. Nilai Adjusted R Square.....	67



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Proses Keputusan Pembelian .....	10
2.2. Kerangka Pikir .....	33

